

Spis treści

Wstęp

Cel i zakres pracy

1. Charakterystyka systemów CRM w aspekcie zarządzania logistycznego

1.1. Logistyczna obsługa klienta

1.2. Ogólne pojęcie i definicje systemu CRM

1.3. Początki i rozwój systemów CRM

1.4. Filozofia CRM

1.5. Koncentracja na kliencie jako podstawa strategii CRM

1.6. Architektura systemów CRM

2. Przegląd oraz porównanie wybranych systemów dostępnych na rynku

2.1. Systemy o pełnej funkcjonalności CRM

2.2. Systemy o ograniczonej funkcjonalności CRM

2.3. Rynek CRM w Polsce

3. Technologie 1T wspierające CRM

3.1. Internet i rynki internetowe

3.2. Elektroniczny biznes (e-business)

3.3. E-CRM

3.4. Mobilny CRM

3.5. Przegląd nowoczesnych technologii telematycznych

3.5.1. Technologie telefoniczne

3.5.2. Technologie sieciowe

4. Wdrożenie systemu TETACRM w modelowej firmie

4.1. Cele i oczekiwania wobec wdrożenia systemu

4.1.1. Oszczędności

4.1.2. Czynniki kształtujące koszty

4.1.3. Rodzaje kosztów

4.2. Harmonogram wdrożenia

4.3. Zakres funkcjonalny systemu TETA_CRM

4.3.1. Marketing

4.3.2. Sprzedaż

4.3.3. Serwis i wsparcie techniczne

4.3.4. Call Center

4.3.5. Dodatkowe możliwości

4.4. Charakterystyka firmy modelowej

4.5. Zdefiniowanie potrzeb modelowej firmy wobec systemu

5. Analiza wdrożenia systemu TETACRM

5.1. Charakterystyka procesów biznesowych objętych wdrożeniem

5.1.1. Proces tworzenia bazy wiedzy

5.1.2. Marketing

5.1.3. Sprzedaż

5.1.4. Windykacja

5.1.5. Reklamacje

- 5.1.6. Procesy biznesowe wspólne
- 5.2. Ważniejsze modyfikacje systemu
 - 5.2.1. Kontrahenci
 - 5.2.2. Wprowadzenie magazynów
 - 5.2.3. Pozostałe modyfikacje
- 5.3. Środowisko informatyczne
 - 5.3.1. Podstawowe informacje
 - 5.3.2. Propozycja rozwiązania
- 5.4. Koszty wdrożenia systemu TETACRM
- 5.5. Przebieg wdrożenia systemu TETA_CRM
- 5.6. Korzyści i zagrożenia związane z wdrożeniem systemu
 - 5.6.1. Korzyści mierzalne
 - 5.6.2. Korzyści niemierzalne
 - 5.6.3. Zagrożenia i problemy spowodowane wdrożeniem

Zakończenie

Bibliografia

Spis rysunków i tabel